É importante observar que o principal problema enfrentado é quanto ao correto enquadramento dessas empresas para fins de recolhimento de tributos, já que há distinções no caso de empresas de serviços, empresas comerciais ou empresas de tecnologia. Para fins tributários é essencial a determinação do tipo de empresa da melhor forma possível.

Independentemente do formato que a empresa digital venha a assumir, se o de empresa originalmente digital ou de extensão virtual de empresa tradicional, há problemas e desafios que se aplicam a qualquer empresa que se aventure na Internet.

O principal desafio é ter infraestrutura e logística preparadas para atender um cliente a qualquer tempo, em qualquer lugar, de qualquer cultura, dentro de qualquer legislação. Isso exige uma estratégia jurídico-comercial que ou atenda a toda a complexidade de se estar com a porta aberta para o mundo vinte e quatro horas por dia, ou delimite claramente as extensões de sua atuação e de sua responsabilidade jurídica.

A blindagem legal deve nascer junto com o negócio, para evitar riscos desnecessários. Uma simples política de privacidade e os Termos de Uso do Serviço são condições de conformidade, tendo em vista a Lei do Marco Civil da Internet. Da mesma forma, a previsão para cancelamento no mesmo meio/ambiente de contratação é exigência do Decreto n. 7.962/2013, que passou a exigir vários requisitos para as empresas de comércio eletrônico, entre eles a apresentação do sumário da contratação[4].

Convém ressaltar ser grande falácia assumir que todas as empresas que quiserem ser modernas devem ter uma existência virtual. Em alguns casos, a virtualidade, ou seja, a presença na Internet, é absolutamente desnecessária, se não inadequada e até comprometedora: por exemplo, se uma empresa trabalha vendendo artigos com sucesso para determinada vizinhança, dentro de uma estrutura pequena, abrir uma extensão virtual não significa aumentar sua clientela. No caso, os velhos panfletos distribuídos pela vizinhança têm muito mais valor, pois atingem diretamente os clientes que interessam. Colocar essa empresa na rede significaria atingir usuários do mundo todo a qualquer hora e, para isso, é preciso estar preparado para atendê-los, o que exige grande investimento, que não necessariamente será pago pela empresa dentro de um modelo de rentabilidade e lucro. Ou seja, a virtualidade pode até comprometer o

4. O caso do NuBank é um bom exemplo de atendimento aos requisitos do Decreto n. 7.962/2013, pois apresenta o resumo do contrato de forma simplificada, indicando claramente todas as tarifas para o consumidor, além dos seus dados para contato, conforme pode ser observado em seu *website* (NUBANK. Home. Finalidade comercial. Disponível em: <https://www.nubank.com.br/>. Acesso em: 13 nov. 2015).